



# 都市家具：

生活在城市  
公共藝術裡

Street Furniture：  
Living among Public Arts in Metropolises

楊子葆  
Tzu-pao YANG  
國際合作發展基金會代秘書長

都市家具，法文作*mobilier urbain*，在英語世界裡則常被稱為「街道家具」(street furniture)，是這個時代「都市特性」的重要元素之一，更清楚地闡明，它可說是分辨城市生活品質良窳的基本判準。我們可以為「都市家具」下一個簡單、直觀式的定義：在城市裡，所有座落於公共空間裡提供公共服務的公共設施：一盞路燈、一塊告示牌、一個垃圾桶，乃至於紅綠燈、公共座椅、候車站、公用電話亭，都是都市家具的具體實例。

隨著都市生活的發展，市民的需求日漸豐富多元，都市家具的設計因此也有許多新的增添與突破，尤其在現代社會裡，都市家具已被視為都市景觀的構成要素，時勢所趨，不但都市家具的功能、數量、耐久性與舒適性愈來愈受到嚴苛的要求與批評，它的美學造形、顏色，以及與周遭都市環境的協調搭配，也開始被重視和關切，有時甚至成為都市公共藝術設計的主題。許多市民把都市家具的服務水平，當做評判市政服務效率與效能的標準，都市設計專業者和建築師在進行市鎮開發或街區重建計畫時，也常常將都市家具慎重其事地列為主要設計項目。

另一方面，從一九七〇年代開始，「德寇集團」(J. C. Decaux，歐洲最具規模的都市家具供應商之一)進佔壟斷法國都市家具的規劃、設計與生產、維修、管理之後，開始在部分都市家具上設立大型廣告看板與燈箱，出租營利，引發都市家具「公共性」與「商業性」的質疑和爭辯，迄今未止，也在某一個層次上反映這項都市元素的現代社會意涵。

既然現代市民已經生活在都市家具的世界裡，我們的確有必要對這項重要的都市特性元素有更進一步的瞭解。



1



2



3

1 巴黎市區為區隔車道與人行徒步特區的混凝土短柱與鑄鐵鍊條，可說是古代界碑、界石的「現代版本」。  
(楊子傑攝)

2 威尼斯市區裡的噴泉設施。  
(楊子傑攝)

3 巴黎市區僅存的鑄鐵製「維斯巴齊」公共便池。  
(楊子傑攝)

## 都市家具前史

在西方都市發展歷程裡，最早出現的都市家具之一可能是「界碑」，而在不同的城市，界碑有不同的用途。譬如在羅馬時代的城市，它被用來劃定行政區域的範圍；在美索不達米亞的城市裡，界碑則被用來區隔祭祀神祇的「聖地」，和一般「民地」之間的不同地位；另外，在一些馬車、牛車和人力車橫行的城市裡，界碑也能保護弱勢的行人，並清楚釐定「人車分離」的界限。

早期的界碑常雕飾以文字或圖案，以表達對某位神祇或某位貴族的敬意。有時也標註地名，甚至進一步標示方向和路程距離。這時，界碑就不只為威權服務，也向平凡老百姓提供有用的公共資訊，這種公共服務，顯露封建領主對其子民的慷慨和施與。

展示在上位者的慷慨和施與的都市家具，最佳代表之一是都市中的噴泉或水井。在沒有配水系統的時代，噴泉或水井提供市民每日所需的清潔水源，不但是維繫都市集居生活的必要公共設施，往往成為都市活動的中心。

在羅馬帝國時代，為維護都市環境的潔淨衛生，公共廁所於焉出現。西元第一世紀的羅馬皇帝維斯巴齊（Vespasien），以自己的字號為公廁命名（迄今法文中「公共便池」一詞仍作vespasiennne），並規定市民必須付費使用這項公共方便設施，首開都市家具「使用者付費」的先河，並挑起「公共服務是否應該收費？」的長期爭議。

此外，就都市管理觀點，在某些都市特定地點出現的絞刑架、綑綁奴隸罪犯的示眾立柱，甚至斷頭台，都可以視為維持公眾秩序或展示公權力（或曰「合法暴力」）而設立的古典都市家具。

## 都市家具中古史

中世紀歐洲城市的迅速發展，牽引著都市家具以同等的速度邁步向前。

這時，前述的都市家具仍佔有重要的地位。其中，標示牌無論在數量、設計及材料方面，都有令人印象深刻的進展，特別是隨著商業的蓬勃成長，出現了各式各樣的商店招牌與商業廣告，這些市招和廣告，可說是都市家具領域第一次的私人投資。

宗教也在這個領域裡佔據了地盤。信徒們在街角的牆面或人行道上，在公共或私人的空間，建造一些臨時祭壇或壁龕，供奉耶穌、聖母，或其他聖人、聖女。這些祭壇或壁龕除了信仰目的之外，還提供另一項重要的公共服務：信徒點燃的油燈或蠟燭，成為關照夜行旅人的照明設施。

事實上，照明設施是都市家具中較遲發展的一項。一直到一三一八年，整個巴黎還只設有三盞公共油燈，而直到路易十四法國王朝的極盛時期，公共照明才得到應有的重視。一六六七年，巴黎警察局在市內裝設了六千五百個玻璃罩油燈，這些燈具是設在各臨街建築物的窗台上，並由屋主負責維護照管。到了一七四五年，設在馬路當中、高度五公尺、裝設反射鏡、有效照明距離達六十公尺的煤油街燈才發明出來，根據紀錄，一八二一年整個巴黎共設有五千盞這種類型的煤油街燈。



4 佛羅倫斯市區街角建築物牆上供奉聖母瑪利亞的祭壇壁龕，除了滿足信仰需求之外，還為夜行旅人提供的照明服務。  
(楊子傑攝)



5 佛羅倫斯門牌號碼的顏色，透露建築物的不同使用功能：紅色號碼代表商店、餐廳或公司行號。  
(楊子傑攝)

路牌也在中世紀時出現在城市裡，文藝復興時期在麥迪奇（Medici）家族統治的義大利佛羅倫斯開始為個別的建築物編訂號碼，以便更有效的管理，有趣的是，佛羅倫斯的門牌號碼有兩種色系，分別代表不同的建築功能：紅色的號碼代表商店、餐廳或公司行號；藍色或黑色則代表旅館或私人住宅。法國則一直要到一五〇七年才第一次出現門牌，這一年巴黎市中心的聖母院大橋落成，沿著大橋邊一字排開的六十八棟獨立住宅，依序編定門號。而遲至十八世紀初，法國的攝政王時期，巴黎才按照同樣的規律廣設門牌號碼，而後整個法蘭西隨之跟進。



6  
南澳大城艾得雷德（Adelaide）市中心行人徒步區的垃圾桶，  
以銅鑄大豬的公共藝術增加這件都市家具的趣味性。  
（楊子傑攝）

## 近代的都市家具 — 巴黎的例子

從十九世紀初期開始，都市家具的發展進入了急遽成長期。

當然，某些都市家具式微了。譬如隨著宗教對社會生活影響力的減弱，中世紀街頭常見的祭壇、壁龕數目大量地降低；另外由於人行道的發展與廣受歡迎，原有保護行人作用的界石、界碑也漸漸消失。尤其在法國第一帝國時期，拿破崙系統化地設立人行道，並將其視為都市生活品質的標準之一，界碑幾乎不復存在。

噴泉與水井在自來水系統普及後，也迅速減少，它們的消失在某種意義上象徵城市的現代化，也象徵舊式農村生活的蛛絲馬跡，在當代城市裡被乾乾淨淨地抹去。由英國慈善家瓦拉士爵士捐贈給巴黎大批的精緻瓦拉士噴泉（Fontaine Wallace），在一九三〇年代後大多數被拆除，幾不見蹤影。

街燈則是本時期快速發展的都市家具之一。一八五〇年代，煤氣街燈被引進巴黎，在一八五九年，全巴黎總共裝設有兩萬餘盞煤氣街燈。而從一九二〇年代開始，花都的街燈就全面換裝成電燈了。

當代的都市在迅速發展中，往往呈現著秩序、理性化的價值取向，巴黎也不例外。十九世紀中，巴黎的街道被清楚地分級：林蔭大道（avenue）、林蔭道（boulevard）、街（rue）、巷（passage）、死巷（impasse）和小巷（venelle）。每條街道都有街名，以及登記在案的法定長度，每個轉角都要掛上街名路牌，門牌號碼也必須標示得清清楚楚 — 這些，都是第二帝國時期巴黎省長奧斯曼男爵（Baron Haussmann）的重要施政。

而奧斯曼主政巴黎期間（1853-1870），正是巴黎都市家具制度化的關鍵時刻。奧斯曼邀請了當時知名的建築師，如達衛烏（G. Davioud）、伊多爾夫（J. I. Hittorff）、巴塔爾（V. Baltard）…等，設計了包括書報攤、海報柱（僅限於張貼劇院、歌劇院和音樂會的文化海報）、公共廁所、公共座椅、街燈等一系列風格獨特的新式都市家具，這些經典的都市家具後來就以設計者的名字命名。

同時，由於公共交通的迅速成長（歷史上第一輛公共運輸馬車，是十六世紀在巴黎首度問世的），候車亭和站牌出現了。而一九〇〇年巴黎第一條捷運系統通車營運後，由新藝術建築大師姬馬赫（H. Guimard）設計，以毛玻璃和鑄鐵構成趣味盎然的捷運站，不但是實用的都市家具，更成為巴黎重要的都市景觀。

有一點值得我們注意的是，十九世紀末，法國官方明令禁止商店設立突出建物的招牌招攬顧客，使得傳統的市招自近代的都市家具中隱退，但這項措施也造成了商業海報的蓬勃，間接助長了都市家具公司德歐集團的崛起。



7



8



9

7

西非塞內加爾首都達卡 (Dakar) 市區裡古樸造型的消防栓。  
(楊子傑攝)

8

倫敦的紅色公用電話亭已經成為這個城市重要的識別標誌之一。  
(楊子傑攝)

9

雪梨達令港 (Darling Harbour) 區的公共座椅。  
(楊子傑攝)





10

10  
巴黎市區的區域地圖看板，提供有用的地理資訊。  
(楊子傑攝)



11

11  
巴黎的路牌不僅標示地名，還提供許多歷史人文典故。  
(楊子傑攝)

## 德寇集團和席哈克時代的巴黎

尚·克勞德·德寇 (Jean-Claude Decaux) 於一九三七年出生於巴黎北郊一個鞋商家庭。從一九五〇年代開始，他成立了一家小型街頭海報公司，負責為顧客四處張貼商業海報，業務持續成長。但好景不常，一九六四年，法國政府頒佈禁止沿街張貼海報的行政命令，海報業因此衰微，德寇的公司也陷入困境。

充滿設計創意和活力的德寇，不像大部份同業一樣死心轉行，反而決心在都市裡創造新的海報空間。他設計了一座前所未見的公車候車亭，兩側壁面可以用來張貼海報，並以免費建設、免費維修、享有張貼海報權利的條件，遊說法國各個城市。這項前無古人的構想首度在南部大城里昂被採納，而逐漸在法國境內受到歡迎，德寇集團因此陸續推出「資訊都市家具」(MUPI)、「動畫資訊站」(PISA) 和「電子新聞佈告」(JEI) 等兼具資訊服務和廣告效果的都市家具。在各市政府普遍財務狀況不佳的背景，免費建設、包辦維修且自負盈虧的德寇企業壟斷了大部分法國城市的都市家具，迅速茁壯，並極力涉足非廣告性都市家具的設計、生產、維修與管理，成為歐洲最大的都市家具集團。

一九七七年席哈克 (J. Chirac) 當選巴黎市長之後，有心效法十九世紀奧斯曼男爵的做法，全面整建首都的都市家具，他並確立了兩個看似矛盾的基本原則：

第一，重建已成為巴黎象徵的奧斯曼時期都市家具，使之成為這座偉大城市的「標誌」之一；

第二，反對規格化的都市生活，創造新「時代風格」的都市家具，以實踐席哈克個人的名言：「讓市民活在屬於他自己的時代裡。」

席哈克邀請德寇集團參與他偉大的「首都都市家具改造計畫」，於是德寇集團開始參照古老的設計圖，重建如「毛利斯海報柱」(Colonne Morris)、「伊多爾



12



13

12  
德寇集團在巴黎市區設置的收費公廁。  
(楊子傑攝)

13  
巴黎香榭麗舍大道上仿傳統「毛利斯海報柱」的公用電話亭。  
(楊子傑攝)

夫街燈」(Lampadaire Hittorff)、「瓦拉士噴泉」,以及十九世紀樣式的鑄鐵書報攤等傳統的都市家具。另一方面,德寇集團也與巴黎市政府配合邀請藝術家,或公開競圖,設計新式的都市家具。最有名的例子則是一九七八年競圖產生的「廣告人」(Publicitor)新式書報攤。這座以透明玻璃和明亮金屬管構成的書報攤,從一九八二年起,以每個月五座的速度在巴黎市建造,為期四年,目前整個都市大約有近三百座這種類型的書報攤。


從一九七七年起持續連任,至一九九五年五月獲選總統為止,席哈克共擔任巴黎市長十八年之久,在這段期間內,他成功地改造了「世界都市之都」巴黎的都市家具。今天,遊客們不僅為巴黎的鐵塔、聖母院、歌劇院吸引,為密特朗大建設計畫中的羅浮宮金字塔、拉德芳斯新凱旋門、國家圖書館吸引,同時也被精緻、多樣的都市家具吸引,而後者,正是席哈克主政期間的重要創舉之一。

以席哈克任內最後一件大工程「香榭麗舍大道整建計畫」為例。在這項成本高達兩億四千萬法郎的建設中,都市家具的投資佔了很大的比重,新的香榭大道共計重建了三百一十八具路燈(其中二百四十八盞係「伊多爾夫式街燈」),十八座內部改裝成電話亭的「毛利斯海報柱」,八座傳統鑄鐵式書報攤,四座新式候車亭,一百二十個垃圾桶,五十五座木製座椅,四十一盞紅綠燈...席哈克政府重視都市家具的做法由此可見一斑。





14  
巴黎香榭麗舍大道上仿十九世紀樣式新建的鑄鐵書報攤。  
(楊子傑攝)



## 都市家具的功能與品質

席哈克擔任市長十八年，鼓吹重建都市家具的過程裡，巴黎市政府和德歐集團都建立不少定義或規範都市家具功能與品質的文件。譬如巴黎市政府分析都市家具的功能為：裝飾、提供資訊、保護與隔離（像是候車站或區隔人行道與車道的柵欄或立柱）、休憩與維護衛生的家具（例如座椅、垃圾桶與公廁）、停車家具（包括腳踏車、小型車輛、大型車輛的停車設施與收費設備）、兒童遊戲家具，以及技術性家具（主要分為公共照明、號誌系統和其他類，如消防栓、電話亭等三大項）。

另外，德寇集團基於其豐富經驗提出都市家具品質的五項基本判準：功能性（必須提供公共服務，而非僅止於裝飾）、堅固耐用、容易複製生產、容易維修，以及美學上的考量。

平心而論，這些有關都市家具功能與品質的文件，都是歸納性的敘述，可以參考，卻毋須太過重視。到底，都市家具是屬於創造設計的領域，它的發展必須因應市民需要和社會生活方式的轉變，以及反映都市環境的整體特色與設計者的設計創造力，都市的發展是一刻不停的向前，而且每個城市也有屬於自己的步伐規律。巴黎的經驗固然值得對照攻錯，但是試圖找到我們所居住生活都市的發展規律和市民的真實需求，才是真正的重點。如同席哈克那句名言：「(現代人)當活在屬於自己的時代裡！」

我們的城市越來越重視整體景觀與公共藝術了，在此一非常正面的發展趨勢中，二十一世紀的台灣都市家具將會展現如何的面貌？這個問題需要更多人更持續的關切、思索與投入、實踐。■



15  
德冠集團在巴黎設置兼具資訊服務和廣告效果的「電子新聞佈告」都市家具。  
(楊子傑攝)